

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kabupaten Kulon Progo merupakan Kabupaten yang mengalami kebocoran (Rijanta,2013). Kebocoran yang di maksud adalah Pemerintah tidak dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan oleh masyarakatnya. Kecamatan Wates yang berperan sebagai pusat kota tidak dapat memenuhi fungsi pelayanan dan tidak dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan masyarakat khususnya wilayah Kulon Progo. Dampak yang ditimbulkan dari hal ini membuat masyarakat yang berdekatan dengan daerah atau kabupaten lainnya lebih memilih untuk memenuhi kebutuhannya dengan mencari di daerah luar Kulon Progo.

Kabupaten Kulon Progo juga merupakan kabupaten yang memiliki tingkat kemiskinan cukup tinggi di bandingkan dengan Kabupaten lain di DIY. Kabupaten Kulon Progo memiliki bebrapa potensi daerah yang berpotensi untuk dikembangkan. Akan tetapi potensi tersebut belum maksimal dalam produktivitas pemasarannya. Salah satu yang mendukung pemasaran yaitu produk UMKM.

Tabel 1. 1
Presentase Penduduk Miskin di Kabupaten Kulon Progo

Tahun	Garis Kemiskinan (Rp)	Penduduk Miskin	
		Jumlah	Persen (%)
2014	265,575	84,67	20,64
2015	273,436	88,13	21,4
2016	297,353	84,34	20,3
2017	312,403	84,17	20,03

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo dari Tahun 2014-2017

Dari data di atas menunjukkan bahwa angka kemiskinan dari tahun 2014-2017 mengalami penurunan. Di tahun 2014 garis kemiskinan terhitung sebanyak 20,64%, sedangkan pada tahun 2015 mengalami kenaikan yang mencapai 21,4%, kemudian pada tahun 2017 turun lagi menjadi 20,3% dan di tahun 2017 turun kembali hingga mencapai 20,03%.

Prinsip Otonomi daerah yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2012 (Pergantian dari Undang-Undang Nomor 32 tahun 2004), setiap daerah memiliki kewenangannya sendiri untuk menentukan prioritas dan cara membangun yang efektif. Berdasarkan pernyataan dari (Bewa, 2003) memaparkan bahwa pembangunan daerah adalah salah satu cara dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah yang berbasis kewilayahan dan lingkungan yang berkelanjutan. Dengan hal ini Kabupaten Kulon Progo menggunakan cara untuk meningkatkan perekonomian dengan konsep "*Bela-BeliKulonProgo*".

Konsep "*Bela-Beli Kulon Progo*" yang dimaksud yaitu penanaman ideologi kepada masyarakat agar menggunakan produk lokal dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dengan adanya konsep ini masyarakat dapat membangun perekonomiannya sendiri. Konsep "*Bela Beli Kulon Progo*" termasuk dalam rencana pembangunan jangka menengah RPJMD Kabupaten Kulon Progo Tahun 2011-2016 yang pernah tertulis dalam Pasal 7 poin (c) sebagai berikut (Budhiharsono, 2015)

"mewujudkan kemandirian ekonomi daerah yang berbasis pada pertanian yang memiliki arti luas, industri, dan pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan bertumpu pada pemberdayaan masyarakat".

Dalam penguatan potensi daerah yang menjadi sarana untuk meningkatkan ekonomi kerakyatan, Pemerintah Kabupaten Kulon Progo melalui Dinas Koperasi UKM mengeluarkan ide baru tentang toko modern yang berjejaring koperasi yang disebut Toko Milik Rakyat (TOMIRA). Tomira merupakan toko milik rakyat yang tidak jauh beda dengan toko lainnya, akan tetapi yang membedakan tomira dengan lainnya yaitu Tomira bekerja sama dengan koperasi dimana produk UMKM minimal 20% harus masuk ke dalam TOMIRA tersebut.

Kebijakan Tomira merupakan upaya pemerintah Kabupaten Kulon Progo untuk melindungi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) serta mengembangkan produk daerah sehingga toko modern tidak berbentuk waralaba lagi dan masyarakatpun bisa ikut memiliki. Sejak adanya tomira produk olahan masyarakat dapat masuk kedalam toko modern tersebut dan dapat terwujudnya keadilan ekonomi pada perusahaan, koperasi pengelola dan UMKM.

Omset yang di dapat Tomira saat ini sekitar Rp 4,8 miliar pertahun. Dalam kenyataan omset produk lokal yang di dapatkan Kulon Progo berkisar 128 juta pertahun di masing-masing Tomira. Ada juga omset produk lokal rata-rata Tomira yang hanya 75 juta pertahun. Meski omset yang diperoleh masih minim namun Tomira dinilai menjadi pasar efektif yang menyediakan produk lokal Kulon Progo. Melalui Tomira para pelaku usaha UMKM tidak bersusah payah dalam pemasaran dan mencari pembeli karena sudah tersedia pasarnya.

Keberadaan Tomira tentu efektif dalam memasarkan produk lokal karena dulunya tidak dikenal sekarang dikenal dan dulu penjualnya sedikit sekarang

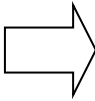
menjadi banyak. Dengan semakin banyaknya Tomira ini masyarakat membuat kelompok-kelompok baru dan banyak dari mereka yang awalnya pengangguran sekarang memiliki pekerjaan dan pendapatan setiap hari. Saat ini produk lokal Kulon Progo belum terkoordinasi bersama produk olahan pabrikan sehingga masih menggunakan sistem manual. Produk lokal dituntut untuk terus berbenah diri dari segi tampilan, cita rasa, dan kemasan (<https://bit.ly/2NMCO8G>).

Maraknya toko modern seperti Alfamart dan Indomart di berbagai daerah membuat resah bagi pelaku usaha kecil seperti UMKM dan pasar tradisional. Namun hal ini tidak sama dengan Daerah Kabupaten Kulon Progo, masing-masing daerah memiliki Otonomi Daerah. Munculnya Perda Nomor 11 tahun 2011 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan pasar Tradisional serta Penataan Pusat dan Perbelanjaan Toko Modern, pemerintah memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha serta memberikan perlindungan bagi pasar tradisional dan UMKM. Poin penting pada Perda ini adalah dengan adanya sistem zonasi. Jarak yang diperbolehkan paling dekat antara toko modern dengan pasar tradisional berjarak 1000 meter atau sama dengan 1KM hal ini tertuang dalam pasal 14 huruf c perda Kulon Progo Nomor 11 Tahun 2011. Ketidak sesuaian peraturan yang sudah diperbuat dengan kenyataan mendapat respon dari Pemda Kulon Progo dengan memberikan pilihan antara lain seperti tidak memperpanjang ijin, ditutup atau *take over* kepada pengelola minimarket tersebut. *Take Over* disini diartikan sebagai pengambil alihan lahan sehingga pemerintah tidak bersusah payah untuk merintis atau membuka kembali toko tersebut karena sudah memiliki nama dan masyarakat setempat sudah mengetahui tempat tersebut (Murhantanto, 2011).

Dari Perda yang membuat larangan tersebut, maka pihak PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk dan juga PT. Indomarco Prismatama bekerjasama dengan dengan pihak koperasi yang berada di Kulon Progo. Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM yang tertuang dalam pasal 26 huruf (d) bentuk kerjasama antara toko modern dengan koperasi merupakan pola “perdagangan umum”. Alasan mengapa bekerjasama dengan koperasi yaitu koperasi memiliki semangat kebersamaan dimana semua anggota di dalam koperasi tersebut memiliki hak yang sama sehingga tidak ada persaingan yang ketat dalam keanggotaan tersebut.

Tabel 1. 2

Bentuk Kerja Sama Alfamart dengan Koperasi

Bentuk Kerja Sama	
1. Pemasaran	
2. Penyediaan Lokasi Usaha	
3. Penerimaan pasokan UMKM dari usaha besar	
1. Alfamart dibeli secara angsur dari keuntungan TOMIRA. 2. Alfamart dibeli secara angsur dari keuntungan TOMIRA.	

Sumber: Data Sekunder Dinas Koperasi UMKM KulonProgo 2017

Lewat koperasi dari pihak UMKM juga bekerjasama dan bersatu saling menguatkan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat Kulon Progo. Setiap ide yang dimiliki koperasi bisa dijadikan untuk bahan yang lebih produktif. Ide-ide yang dimunculkan koperasi tidak lepas dari pengaruh sosial, ekonomi dan budaya.

Dengan ini masyarakat Kabupaten Kulon Progo bias mandiri dalam memajukan perekonomiannya.

Adanya Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2011 maka Pemerintah Kabupaten Kulon progo lebih menganjurkan masyarakatnya untuk membeli kebutuhan sehari-harinya di TOMIRA (Toko Milik Rakyat). Tomira bekerjasama dengan Koperasi yang ada di Kulon Progo. Dalam hal ini mereka mengeluarkan ide agar masyarakat dapat mencintai produk lokal yang kemudian akan melakukan pembinaan terhadap UMKM. Bapak Bupati memberikan perintah agar Tomira dibeli oleh koperasi dan tidak boleh dimiliki oleh perseorangan. Perintah ini dianjurkan karena koperasi memiliki anggota yang di harapkan akan menjadi tombak kemandirian masyarakat dan mampumenerapkan ekonomi berbasis masyarakat.

Sejak dikelolanya TOMIRA pada tahun 2014 hingga 2017 terdapat 13 TOMIRA yang berdiri di Kabupaten Kulon Progo, kemudian di tahun 2018 diresmikan kembali 3 TOMIRA sehingga jumlahnya menjadi 16 TOMIRA. Hingga tahun 2019 awal maret masih berjumlah 16 TOMIRA yang terdiri dari 10 Alfamart dan 6 Indomart. Dari tahun ke tahun pendapatan yang di dapatkan semakin meningkat karena produk yang mulanya hanya berjumlah 20 item sekarang bertambah menjadi 110 item. Harapan yang diinginkan yaitu TOMIRA dapat memberikan pengaruh baik dalam perekonomian anggota Koperasi beserta pelaku UMKM dan masyarakat Kulon Progo (koperasi.kulonprogokab.go.id).

Tabel 1. 3

Produk Olahan Pangan yang Masuk di TOMIRA

No	Nama Produk	No	Nama Produk
1	Ikan Krispy Mina Rasa	1	Peyek Menoreh
2	Kripik Belut	2	Rengginang
3	Abon CabeNyoss	3	Jamur Tiram
4	Stik Buah Naga	4	Slondok Kalibawang
5	Cripping Pisang Rohana	5	Kecap Bengkuk
6	Gula Kristal Sari Nila	6	Emping Garut
7	Sari Nila Jahe Box	7	Kopi Moka Menoreh
8	Sari Nila jahe Kaleng	8	The Tabur Hitam
9	Enting-Enting Jahe	9	Kopi Jahe
10	Kripik Pegangan	10	Kopi Moka Menoreh

Sumber: <http://kulonprogokab.go.id>

Ke duapuluh produk di atas merupakan produk KAKB yang tergabung dalam Koperasi “Binangun Sejati”. Ketua Koperasi “Binangun Sejati” yaitu Bagiyo Prayitno memaparkan bahwa Koperasi melakukan pembuatan makanan khas Kulon Progo dengan tujuan membuka peluang usaha baru, meningkatkan ketrampilan dalam pengelolaan hasil bumi, dan memenuhi peluang pasar baik di dalam maupun luar daerah. Kegiatan ekonomi yang produktif ini menciptakan peluang usaha baru dan dapat mengurangi angka pengangguran yang berada di Kulon Progo, karena dapat menyerap tenaga kerja sekitar 250 orang. Dari hasil olahan 61 produk yang dapat masuk Tomira sebesar 20 produk. Hasil produk

lainnya masih terkendala dalam packing, bahan baku, dan masih dalam proses penyempurnaan (Kulonprogokab.go.id).

Produk olahan UMKM harus terus mengutamakan kualitas dan kuantitasnya sehingga bisa menjadi tuan rumah dikalangan masyarakatnya sendiri. Selain itu apabila produk olahan UMKM yang sudah masuk kedalam Tomira akan lebih mudah diterima di toko lain. Sampai akhir 2016 terdapat 34.000 UMKM yang berada di Kulon Progo dari sektor pertanian, perdagangan, industri dan jasa. Dari semua itu yang paling menonjol atau lebih maju di bidang produksi olahan makanan. Meskipun ada juga UMKM yang mengalami penurunan. Kepala Seksi pengembangan dan Permodalan, Dinkop UMKM Kulon Progo, Hasnanto mengatakan selain Tomira Pemkab juga memberikan pendampingan dan bimbingan bagi UMKM untuk pemasaran secara daring. Diantaranya yaitu melalui media sosial maupun belabeliku.com yang baru saja dikeluarkan oleh Pemerintah kulon Progo (jogja.tribunnews.com).

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas dapat disimpulkan bahwa peran UMKM sangatlah membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu banyak muncul kelompok-kelompok kecil yang membuat produk olahan sehingga memiliki semangat untuk berkemajuan. Untuk lebih memaksimalkan penjualannya UMKM yang berada di Kulon Progo bekerjasama dengan Koperasi kemudian dituangkan dalam keefektivitasan dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat di Kulon Progo. Dengan berkembangnya TOMIRA akan terjadi peningkatan kesejahteraan masyarakat baik anggota UMKM, Koperasi maupun masyarakat Kulon Progo.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dapat ditarik kesimpulan, rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Efektivitas TOMIRA dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat di Kulon Progo Tahun 2018?”.

3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Efektivitas TOMIRA dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat di Kulon Progo Tahun 2018.

4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan terkait dengan teori Pemberdayaan Masyarakat.

2. Manfaat Praktis

Mendapatkan gambaran mengenai Seberapa Efektivitas TOMIRA dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat di Kulon Progo.

5. Tinjauan Pustaka

Tabel 1. 4

Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL/ NAMA	HASIL TEMUAN
1.	PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DI BIDANG USAHA EKONOMI (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto) (Dwi Pratiwi Kurniawati, Bambang Supriyono, Imam Hanafi)	Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto memiliki cara untuk memberikan bantuan terhadap masyarakat miskin. Program yang diberikan adalah program bidang ekonomi dimana nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menumbuhkan kemandirian masyarakat. Sebelum melakukan program tersebut terlebih dahulu pemerintah memberikan persiapan yang nantinya dijadikan landasan berjalannya program tersebut. kerjasama yang baik antara pemerintah dengan masyarakat ini menghasilkan kemandirian masyarakat dan meningkatkan pendapatan masyarakat Mojokerto (Kurniawati, 2013).
2.	KEMITRAAN TOKO MILIK RAKYAT DI KULON PROGO (Meita Candra Sekar Sari, 2017)	Tomira merupakan sebuah inovasi yang digagas oleh Bupati kulon Progo Bapak Hasto Wardoyo sebagai upaya untuk memberdayakan kelompok UKM. Tomira merupakan sebuah kemitraan antara toko modern dengan koperasi yang ada di Kulon Progo. Pemerintah mengeluarkan kebijakan ini guna untuk melindungi pasar tradisional dan produk UKM. Melalui Tomira ini kelompok UMKM diberdayakan dengan menitipkan hasil olahannya kedalam Tomira. Pemerintah menetapkan produk UKM yang masuk ke dalam Tomira minimal 20% dari produk pabrikan yang ada di toko modern. Pemerintah dan masyarakat menjadi variable tetap di dalam berjalannya program Tomira ini. Selain itu untuk memenuhi kebijakan yang mengharuskan produk local masuk ke dalam Tomira sebesar 20%, Dinas Koperasi dan UMKM Kulon Progo memberikan sosialisasi bagi pelaku

		UMKM. Bantuan yang diberikan seperti pelatihan pengemasan dan pemberian sertifikasi produk yang mendorong produk UMKM agar masuk ke Tomira (Sari, Meita Candra Sekar, Drs. Hadriyanus Suharyanto, 2017).
3.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN TOKO MILIK RAKYAT (TOMIRA) DALAM MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN (Yoga Dwi Pandaya, 2018)	Dengan adanya PP no 11 Tahun 2011 Pemerintah Kulon Progo lebih menganjurkan masyarakatnya untuk membeli produk-produk lokal. Bukan tidak boleh adanya toko modern seperti Alfamart akan tetapi mereka tidak diperbolehkan berjejeran dengan took waralaba dengan radius 1000 meter. Strategi dalam pemasaran TOMIRA yaitu dengan menggunakan dengan memilih target sasarnya itu masyarakat, kemudian Tomira juga melakukan komunikasi dalam bentuk penggunaan tagline untuk mempromosikan produknya tujuannya adalah untuk mengetahui gravik penjualan tiap bulan. Kemudian dalam tahap pelaksanaannya media pemasaran tomira meliputi pengiklanan dan sales promotion. Adapun kendala dari Tomira sendiri yaitu tidak semua Tomira menggunakan sistem manual (tidak basis computer/barcode) dan produktifitas produsen UMKM belum konsisten karena belum menemukan produsen UMKM yang konsisten (Pandaya, 2018).
4.	Strategi Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Umkm Kabupaten Kulon Progo (Laksmi Pratiwi, 2016)	UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil diganti dengan UU No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Upaya pemerintah untuk melindungi UMKM dengan Peraturan Daerah No.11/2011 dan Peraturan Bupati No. 25/2011. Kemudahan dalam perijinan danfasilitasi HKI. Pemerintah mengeluarkan kebijakan afirmasi untuk mendukung pengembangan UMKM dengan gerakan Bela-Beli dan Tomira. Kemudian kebijakan promosi yang dilakukan

		dengan cara memberikan pelatihan SDM, bantuan permodalan, peralatan dan pemasaran semua bantuan tersebut harus dilakukan dengan optimal. Dalam bantuan pemasaran produk UMKM diikuti festival daritingkat daerah, provinsi maupun nasional. Selain itu pemerintah juga mengizinkan untuk produk UMKM agar bisa masuk dalam toko modern maupun tomira. Hal tersebut dilakukan agar UMKM Kulon Progo dapat meningkatkan kualitasnya dan bisamencetak produk yang berkualitas (Pandaya, 2018).
5.	Analisis Stakeholder Dalam Pelaksanaan Program Kemitraan TOMIRA (Toko Milik Rakyat) di Kabupaten Kulon Progo (Riko Wijaya, 2019)	Adapun permasalahan yang mempengaruhi pelaksanaan kemitraan TOMIRA yaitu belum adanya kesetaraan antara kedua belah pihak yang bermitra, tidak adanya kepemimpinan yang terintegrasi dalam pelaksanaan kemitraan TOMIRA, lemahnya legitimasi hukum dalam pelaksanaan kemitraan TOMIRA. Adapun masalah lain yang menghambat atau mempengaruhi keberlanjutan pelaksanaan kemitraan TOMIRA yaitu Tomira masih mencerminkan pola kemitraan Waralaba, pembayaran pajak baik perusahaan toko besar yang harus dibayarkan ke TOMIRA, koperasi pernah tidak mendapatkan keuntungan dari pengoprasian TOMIRA, pegawai tidak menempatkan produk UMKM ke display yang sudah disediakan, besarnya biaya perbaikan TOMIRA.
6.	Manajemen Transisi Dalam Akuisi 3 Toko Modern Menjadi Toko Milik Rakyat (Tomira) Di Kabupaten Kulon Progo (Trias Fetra Ramadhan, 2016)	Toko Milik Rakyat (ToMiRa) merupakan kebijakan konkret dari pemerintah kabupaten Kulon Progo untuk menindak lanjuti permasalahan maraknya toko modern berjejaring/waralaba yang berdampak negatif terhadap keberadaan pasar tradisional dan pelaku usaha kecil. Manajemen transisi aspek sumber daya manusia di dalam tata kelola keorganisasian 3 ToMiRa menghasilkan perubahan, yaitu : mekanisme rekrutment pegawai yang mengharuskan bahwa

		<p>pegawai 3 Toko Milik Rakyat ini adalah warga asli Kulon Progo. Mereka dapat mendapatkan pelatihan dari pihak PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Akan tetapi mereka belum mengajukan pelatihan tersebut. Kemudian dari manajemen transisi ini membawa perubahan yaitu strategi keorganisasian pihak PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk menjadi pemasok barang dan bisa bekerjasama dengan koprasia dan UMKM Binangun Sejati. Selain itu nama TOMIRA juga lebih branding dibandingkan dengan Alfamart maupun toko lainnya (Ramadhan, 2016).</p>
7.	<p>Makna Sosial Toko Milik Rakyat (TOMIRA) Studi di Kabupaten Kulon Progo (Ringga Arif Widi Harto, 2017)</p>	<p>Adanya Perda no.11 tahun 2011 tentang perlindungan dan pemberdayaan pasar tradisional serta penataan pusat perbelanjaan dan 13las modern. Dari sini Pemda Kulon Progo memberikan kebijakan atau jalan tengah kepada Toko Modern seperti tidak memperpanjang ijin, ditutup, <i>take over</i>. Melalui kebijakan ini bias memberikan kesempatan bagi pasar tradisional dan 13las modern seperti Alfamart untuk menjalin kemitraan dengan koperasi dan UMKM di Kulon Progo (WidiHarto, 2017).</p>
8.	<p>Pemberdayaan Masyarakat (Munawar Noor)</p>	<p>Memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat bawah (<i>grass root</i>) yang dengan segala keterbatasannya belum mampu melepaskan diri dari perangkap kemiskinan, kebodohan dan keterbelakangan, sehingga pemberdayaan masyarakat tidak hanya penguatan individu tetapi juga pranatapanrata sosial yang ada. Menanamkan nilai-nilai buaya modern seperti kerja keras, hemat, keterbukaan, tanggung jawab adalah bagian penting dalam upaya pemberdayaan. Tiga upaya pokok dalam pemberdayaan masyarakat yaitu :1) menciptakan suasana yang memungkinkan potensi mayarakat</p>

		berkembang (<i>enabling</i>), 2). Memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat (<i>empowering</i>) dan 3) melindungi dan membela kepentingan masyarakat bawah (<i>protecting</i>) nampaknya menjadi 3 (tiga) pilar utama pemberdayaan masyarakat (<i>empowerment</i>) sebagai model pembangunan yang berbasis rakyat (Noor, 2011).
9.	Kajian Implementasi “Bela-Beli Kulon Progo” (Kasus: Air-Ku, Batikgeblek Renteng, Dan TOMIRA) (Elson G. Budi Susilo dan Rijanta, 2017)	Kulon Progo adalah kabupaten bocor. Ibu kotanya tidak bisa menyuplai pemenuh kebutuhan ke wilayah pinggirannya, sehingga mendapatkannya dari luar. Lalu Pemerintah Kabupaten membuat kebijakan konsep pembangunan bernama “Bela-Beli Kulon Progo”. Tujuannya untuk mewujudkan kemandirian ekonomi dengan membela dan membeli produk lokal. “Bela-Beli Kulon Progo” adalah sebuah konsep pembangunan yang menyentuh kognitif masyarakatnya agar terbentuk suatu pola perilaku yang mengutamakan penggunaan produk-produk lokal untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dari beberapa produk, produk yang paling unggul yaitu AIR-KU, yang menjadi kendala dalam pengimplementasiannya itu dari sumber daya manusianya sendiri sehingga diperlukan strategi dalam peningkatannya agar dapat mensukseskan implementasi bela-beli kulonprogo (Elson G Budi Susilo, Prof.Dr. R. Rijanta, 2017).
10.	Agencies in the Community Economic Movement (Case Studies of ToMiRa-Based Economic Development in Kulonprogo Regency) (Nurul Fatimah, 2019)	Salah satu yang sukses pergerakan ekonomi kerakyatan adalah perkembangan dari ekonomi berbasis populis, bernama Tomira (Toko Milik Rakyat) atau toko orang. Salah satu faktor penting itu berhasil realisasi gerakan ekonomi kerakyatan adalah adanya komitmen bersama di antara berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, pihak swasta dan masyarakat untuk mewujudkan tujuan bersama. Instansi yang terlibat dalam Tomira seperti koperasi dan UMKM. Koperasi

		<p>sebagai perwakilan lokal ekonomi waralaba sebagai representasi dari UMKM. Tapi yang membuatnya berbeda adalah kemitraan itu bisadirealisasikan dan dipertahankan karena ada peran formal pemimpin dan pemimpin lokal yang memiliki impian dan besar aspirasi untuk memperjuangkan dan mensejahterakan masyarakat setempat. Komitmen ini diwujudkan dalam berbagai bentuk darimulai dari kebijakan, penunjukan, implementasi dan bantuan secara rutin dilakukan dengan bekerja bersama Komunitas (Ftimah, 2019).</p>
--	--	--

Dari beberapa kajian penelitian tadi, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan diantara hasil penelitian yang sudah dilakukan. Pada penelitian terdahulu terdapat persamaan dimana dalam Perda no.11 tahun 2011 tentang Perlindungan dan Pemberdayaan Pasar Tradisional serta Penataan Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern pada masa jabatan Hasto Wardoyo lebih menekankan pada pemberdayaan masyarakat melalui UMKM yang bekerjasama dengan Koperasi di Kulon Progo dengan hasil nyata Tomira atau Toko Milik Rakyat. Di sini terdapat kebijakan bahwa 15las modern minimal berjarak1000 meter dari toko waralaba. Bapak Hasto Wardoyo menghimbau masyarakatnya agar lebih mencintai produk lokal dengan membeli di Tomira. Sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah lebih memfokuskan bagaimana efektivitas Tomira (Toko Milik Rakyat) dalam pemberdayaan Masyarakat di Kulon Progo tahun 2018.

6. Kerangka Teori

1) Teori Efektifitas

a. Pengertian Efektivitas

Menurut Ducker dalam (Adiyatma, 2017) Efektivitas adalah suatu perbandingan tahapan antara keluaran secara empiris dengan keluaran yang diinginkan sesuai dengan yang direncanakan. Kata efektif dengan kata efisien mempunyai perbedaan dalam pengertiannya. Efektif lebih tertuju pada pencapaian sasaran tanpa memperhatikan proses yang dikeluarkan. Sedangkan efisien adalah pencapaian hasil yang sebesar-besarnya dengan pengorbanan sekecil-kecilnya.

Menurut Handoko (Adiyatma, 2017) Efektivitas merupakan suatu hubungan antara Output (pengeluaran) dengan tujuan dalam suatu program. Kegiatan dan organisasi atau kelompok dapat dikatakan efektif apabila keikutsertaan dalam program tersebut semakin besar dalam pencapaian tujuan. Efektivitas lebih berfokus pada hasil yang didapat dalam pencapaian tujuan.

Menurut Agung Kurniawan dalam buku yang berjudul Transformasi Pelayanan Publik mengartikan Efektivitas dalam Sanjaya (2015) adalah kemampuan di dalam menjalankan tugas dan fungsi dari suatu kelompok maupun organisasi dengan tidak ada tekanan atau ketegangan di dalam pelaksanaannya. Sementara menurut (susilo, E.G.B., & Rijanta, 2017) efektivitas merupakan pencapaian sasaran yang telah di sepakati secara bersama dan dalam tingkat pencapaian sasaran itulah yang melihatkan suatu tingkat keberhasilan dari suatu organisasi maupun kelompok dalam melaksanakan programnya.

Berdasarkan pernyataan dari Bungkaes Efektifitas adalah hubungan antara output dan tujuan. Arti dari efektivitas yaitu seberapa jauh output, kebijakan dan organisasi dalam mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Definisi efektivitas berkaitan dengan pendekatan

umum. Bila ditelusuri lebih lanjut kata efektifitas berasal dari kata efektif yang artinya (1). Ada efeknya (pengaruh, akibat, kesannya) seperti halnya kata manjur, mujarab, dan mempan; (2). Penggunaan suatu metode, alat atau cara dalam melakukan suatu pekerjaan sehingga mendapatkan hasil yang optimal.

Sedangkan menurut Georgopolous dan Tannembaum Efektivitas dari suatu program atau suatu rencana dapat dilihat dari sudut pandang pencapaian tujuannya, dimana keberhasilan suatu organisasi tidak hanya mempertimbangkan sasaran organisasi akan tetapi mekanisme mempertahankan diri dalam mencapai sasaran atau target. Dengan kata lain efektivitas harus berkaitan dengan masalah sasaran maupun tujuan (Adiyatma, 2017).

Menurut (Mahmudi, 2005) efektifitas merupakan hubungan antara *output* dan tujuan, semakin besar hubungan atau kontribusi *output* terhadap pencapaian tujuan maka akan semakin efektif suatu organisasi tersebut. Efektivitas berfokus pada Output program suatu kegiatan yang dinilai efektif. Apabila suatu output tersebut berhasil maka disebut dengan *spending wisely*. Efektivitas mengacu pada hasil guna suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauh mana tujuan (kualitas, kuantitas, dan waktu) yang telah dicapai.

Berdasarkan beberapa yang telah dikemukakan di atas maka dapat disimpulkan bahwa efektivitas pelayanan dalam penelitian ini adalah suatu keadaan yang memiliki tingkatan keberhasilan dalam mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan.

b. Cara Mengukur Efektivitas

Efektivitas bisa di ukur dengan berbagai cara atau sudut pandang, hal ini tergantung dari sisi mana kita menilainya. Dalam suatu pengukuran efektivitas terdapat beberapa indikator yang mempengaruhinya dan hal ini harus di perhatikan dalam pengukurannya.

Menurut Siagian dalam (Prastya, 2017) ada beberapa indikator yang dapat mempengaruhi penilaian dalam mencapai tujuan efektivitasnya sebagai berikut:

- 1) Kejelasan Tujuan yang ingin dicapai
- 2) Kejelasan strategi yang ingin dicapai
- 3) Proses analisis dan perumusan kebijakan yang mantap
- 4) Perencanaan yang matang
- 5) Penyusunan program yang tepat
- 6) Adanya sarana dan prasaranan
- 7) Pelaksanaan yang efektif dan efisien
- 8) Sistem pengawasan dan pengendalian

Menurut Campbel dalam (Prastya, 2017) dalam melaksanakan pengukuran tingkat efektivitas suatu program kegiatan maupun organisasi terdapat beberapa indikator yang mempengaruhi diantaranya:

- 1) Keberhasilan program

Adalah kesesuaian bentuk prasarana dengan rencana yang telah ditetapkan, kesesuaian aktor yang terlibat, memperoleh rekomendasi kebijaksanaan, serta membangun sistem monitoring untuk program pembangunan selanjutnya.

- 2) Keberhasilan sasaran

Adalah hasil yang diharapkan dari suatu program atau keluaran yang diharapkan dari suatu kegiatan.

- 3) Kepuasan terhadap program

Adalah keadaan yang dirasakan seseorang merasa senang atau puas terhadap hasil yang dikerjakan.

4) Tingkat input dan output

Adalah perbandingan antara masukan dengan hasil memiliki perbandingan yang sama.

5) Pencapaian tujuan menyeluruh

Adalah suatu kegiatan yang memiliki tujuan dengan menggunakan perencanaan, pengarahan, pengorganisasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran yang efektif dan efisien.

Menurut (M.Streers, 1985) indikator pengukur dalam efektivitas adalah:

1) Produktivitas

Yaitu suatu tingkat kuantitas atau jumlah dari produk barang atau jasa yang di hasilkan.

2) Efisiensi

Yaitu perbandingan dalam melakukan sesuatu yang berkaitan dengan ketepatan waktu dalam memproduksi suatu barang atau jasa.

3) Kepuasan Stakeholder

Yaitu di dalam suatu organisasi dalam melaksanakan suatu program dapat para pelaku dapat melakukan tugas dengan benar, dan bias bekerjasama serta mampu berkoordinasi dengan menjalin komunikasi dengan baik agar tujuan dari program tersebut dapat terlaksana dengan baik.

c. Pendekatan Efektivitas

Menurut (Lubies S, 1987) memaparkan dalam pendekatan efektivitas dibagi menjadi tiga hal yaitu sebagai berikut:

1) Pendekatan sasaran

Pendekatan ini mengatur sejauh mana keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan sasaran yang ingin di capainya. Dalam suatu pendekatan sasaran ini ada beberapa tahapan yang dilakukan untuk mengukur keefektivasannya yaitu dimulai dengan mengidentifikasi sasaran suatu organisasi sampai mengukur tingkat keberhasilan organisasi dalam mencapai sasaran tersebut. Sasaran yang dimaksud adalah dalam hal pencapaian output. Pendekatan ini dapat terealisasi dengan baik apabila suatu organisasi dapat melakukan pendekatan terhadap warga binaan social dengan mengarahkan tujuan yang ingin dicapainya.

2) Pendekatan sumber

Pendekatan ini mengukur efektivitas melalui keberhasilan suatu organisasi dalam mendapatkan suatu sumber yang di butuhkan. Dalam suatu organisasi harus dapat memperoleh berbagai sumber yang dibutuhkan serta dapat merawat keadaan sistem tersebut menjadi lebih efektif. Pendekatan ini dapat diukur melalui seberapa jauh tingkat hubungan warga binaan dengan lingkungan.

3) Pendekatan proses

Pendekatan hal ini yang dimaksud adalah dengan melihat suatu keefektivasannya apakah suatu organisasi tersebut dalam kondisi yang sehat atau baik-baik saja. Suatu organisasi yang efektif proses internalnya berjalan dengan baik dan lancar dimana dalam kegiatannya berjalan terstruktur dan terkoordinasi. Pendekatan ini tidak begitu memperhatikan lingkungan social akan tetapi lebih

mementingkan suatu kegiatan-kegiatan yang dilakukan terhadap berbagai sumber yang dimiliki oleh organisasi. Tujuan dari pendekatan ini adalah mampu menjalankan programnya secara terkoordinir dengan baik kepada warga binaan sosial.

d. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas

Menurut Richard M Steers, terdapat empat faktor yang mempengaruhi efektivitas yaitu:

1. Karakteristik Organisasi adalah hubungan yang memiliki sifat yang relatif tetap seperti sumber daya manusia yang terdapat di organisasi. Struktur merupakan cara yang tepat dalam membentuk suatu kelompok manusia di dalam organisasi. Dalam struktur organisasi ini akan menunjukkan interaksi dan tingkah laku anggota yang berorientasi pada tugas.
2. Karakteristik Lingkungan meliputi dua aspek. Aspek *pertama* yaitu lingkungan eksternal yang merupakan lingkungan yang berada di luar organisasi tapi juga berpengaruh terhadap organisasi tersebut. *Kedua* adalah lingkungan internal adalah iklim organisasi dimana keseluruhan berhubungan dengan lingkungan organisasi.
3. Karakteristik Pekerjaan merupakan dalam diri setiap individu memiliki perbedaan akan tetapi setiap perbedaan individu memiliki peran penting di dalam organisasi. Jadi apabila organisasi tersebut ingin berhasil maka harus dapat mengintegrasikan tujuan individu dengan tujuan organisasi.
4. Karakteristik Manajemen adalah strategi dalam kinerja yang dirancang sedemikian rupa untuk mengkondisikan supaya dalam organisasi tersebut efektif. Kegiatan dan praktik manajemen merupakan alat bagi pemimpin untuk mengarah pada setiap kegiatan guna mencapai keberhasilan di dalam organisasi. Tidak hanya memperhatikan mekanisme

kinerjanya akan tetapi memperhatikan manusia. Mekanisme yang berhubungan meliputi penyusunan tujuan strategis, pencairan dan pemanfaatan atas sumber daya, penciptaan lingkungan prestasi, proses komunikasi, kepemimpinan dan pengambilan keputusan, serta adaptasi terhadap perubahan lingkungan inovasi organisasi.

2) Teori Pemberdayaan Masyarakat

a. Pengertian Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan secara etimologi berasal dari kata "*empowerment*" yang memiliki arti daya atau power. Pemberdayaan berkaitan dengan kata daya, kewenangan, maupun kekuasaan. Pokok utama dari pemberdayaan yaitu kekuasaan dimana sering berkaitan dengan kemampuan kita untuk membuat orang lain melakukan sesuatu sesuai apa yang kitainginkan.

Pemberdayaan dalam lingkup masyarakat merupakan sekelompok individu yang menginginkan bias membangun suatu keberdayaan di dalam masyarakat tersebut. Selain itu pemberdayaan masyarakat juga dapat memandirikan masyarakat itu sendiri. Dengan kata lain pemberdayaan masyarakat adalah bagaimana masyarakat tersebut bias atau mampu menolong dirinya sendiri.

Pemberdayaan adalah sebuah proses dan tujuan. Proses dalam pemberdayaan adalah rangkaian atau tatanan suatu acara dimana bisa memperkuat kekuasaan atau keberdayaan kelompok maupun individu-individu yang lemah yang biasanya mengalami masalah kemiskinan. Sebagai tujuan maka pemberdayaan menunjuk pada hasil yang dicapai dalam sebuah perubahan social yaitu masyarakat yang berdaya (Soetrisno, 2012).

Menurut World bank (2001) dalam (Aprillia, Theresia, dr, NTP, 2015) mengartikan pemberdayaan sebagai upaya dalam memberikan kesempatan dan kemampuan pada

kelompok miskin agar berani dalam menyuarakan pendapat, ide, atau gagasan dan berani untuk memilih suatu konsep, metode, produk, tindakan, dll. Tujuan adalah memberikan kebaikan bagi pribadi, keluarga, dan masyarakatnya. Dengan kata lain pemberdayaan masyarakat merupakan proses dalam meningkatkan kemampuan dan sikap kemandirian masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat adalah proses partisipatif yang member kepercayaan dan kesempatan kepada masyarakat untuk mengkaji tantangan utama pembangunan mereka dan mengajukan kegiatan-kegiatan yang di rancang untuk mengatasi masalah tersebut. Kegiatan ini bahkan menjadi basis program daerah, regional bahkan nasional. Pemahaman disini menunjukkan bahwa program pemberdayaan masyarakat ditentukan oleh masyarakat yang dimana lembaga pendukung hanya memiliki peran sebagai fasilitator. Hal ini mengurangi ketergantungan dalam menggunakan sumberdaya eksternal atau yang tidak berkelanjutan.

Subejo dan Narimo (2004) dalam (Aprillia, Theresia, dr, NTP, 2015) mengemukakan bahwa terminology pemberdayaan masyarakat kadang-kadang sulit membedakan dengan penguatan masyarakat dan pembangunan masyarakat (community development) dimana proses usaha orang-orang dengan usaha pemerintah disatukan guna memperbaiki keadaan ekonomi, sosial dan budaya. Dalam praktiknya terminology tersebut saling mempengaruhi dan menggantikan pada suatu pengertian serupa.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pemberdayaan masyarakat adalah untuk menciptakan individu atau masyarakat menjadi pribadi yang lebih mandiri. Kemandirian yang dimaksud meliputi kemandirian dalam berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang ingin mereka lakukan. Dapat dikatakan sebagai masyarakat yang mandiri apabila

mereka dapat memecahkan masalahnya sendiri dengan menggunakan kemampuan seperti kognitif, konatif, psikomotrik dan meliputi lingkungan internal masyarakat tersebut. Dengan adanya empat aspek tersebut dapat menciptakan masyarakat mandiri yang dicita-citakan, dan masyarakat memiliki kecukupan dalam wawasan dengan diberi ketrampilan yang memadai, sehingga masyarakat bias mengurus masalahnya sendiri .

b. Pendekatan dan strategi dalam pemberdayaan masyarakat dapat ditempuh melalui upaya sebagai berikut:

1. Memulai dengan menggunakan tindakan mikro. Proses pembelajaran harus dimulai dengan menggunakan mikro akan tetapi memiliki konteks makro dan global. Mikro makro harus tetap berjalan supaya masyarakat menjadi *policy input* dan *policy reform* sehingga memiliki dampak yang luas.
2. Pengembangan sector ekonomi yang strategis sesuai dengan kondisi daerah. Strategis yang dimaksud bukan hanya produk yang laku dalam pemasarannya akan tetapi seperti bahan baku, teknis produksi dan berkaitan dengan sektoral yang tinggi.
3. Mengganti pendekatan kewilayahan administrasi dengan pendekatan kawasan. Pendekatan kewilayahan administrative memiliki arti lebih dimana dapat melihat persamaan dan perbedaan dari suatu kawasan tersebut. Pemberdayaan ini lebih memungkinkan terjadinya perubahan skala yang besar dikarenakan tiap kawasan memiliki keunggulan yang berbeda-beda sehingga dapat terjadinya kerjasama yang lebih produktif.
4. Membangun kembali kelembagaan masyarakat. Peran serta masyarakat menjadi kesamaan dalam hal pemberdayaan masyarakat. Jika tidak dibarengi dengan

kelembagaan sosial, ekonomi dan budaya yang benar-benar dari masyarakat itu sendiri.

5. Membangun penguasaan pengetahuan teknis. Seiring berjalannya waktu modernisasi menggeser ilmu pengetahuan lokal dengan teknologi yang canggih sehingga hilangnya kepercayaan diri yang sangat serius. Untuk itu mengembalikan kepercayaan diri yang telah hilang sangat penting dengan memberikan penyuluhan tentang ilmu pengetahuan dan teknologi sehingga muncul inovasi yang baru.
6. Pengembangan kesadaran. Peristiwa ekonomi dengan peristiwa politik itu sama dan sering disebut dengan peristiwa politik ekonomi yang memberikan bantuan teknis jelas tidak memadai. Yang harus dilakukan adalah masyarakat harus bias membebaskan diri dari ekonomi dan politik dan menuju kedemokratisasi ekonomi. Penyuluhan yang berpusat pada sasaran adalah pendekatan yang sangat penting untuk mengembalikan kesadaran masyarakat.
7. Membangun jaringan ekonomi yang strategis. Jaringan yang strategis memiliki fungsi dalam pengembangan kerjasama dalam mengatasi keterbatasan yang dimiliki oleh kelompok ekonomi dengan yang lainnya baik dalam bidang produksi, pemasaran, teknologi, dan permodalan.
8. Kontrol kebijakan, agar kebijakan pemerintah benar-benar mendukung pemberdayaan masyarakat maka kekuasaan pemerintah juga harus dikontrol dalam pengambilan keputusan.
9. Menerapkan model pembangunan kelanjutan. Setiap pembangunan harus mampu membuat pembaharuan daya dukung lingkungan. Dengan daya dukung lingkungan maka dapat dipertahankan untuk mendukung pembangunan.

c. Aspek-Aspek dalam Pemberdayaan Masyarakat yaitu:

- 1) Pengembangan organisasi atau kelompok masyarakat masyarakat yang dikembangkan dan berfungsi dalam mendominasi hal yang produktif masyarakat.
- 2) Pengembangan jaringan strategis antara kelompok atau organisasi masyarakat yang berperan sebagai pembentuk maupun pengembang masyarakat.
- 3) Kemampuan kelompok masyarakat yang bias memperoleh sumber daya dari luar yang bias mendukung pengembangan dari segi permodalan, informasi pasar, teknologi dan manajemen termasuk dalam lobi ekonomi.
- 4) Jaminan atas hak-hak masyarakat dalam mengelola sumber daya lokal.
- 5) Pengembangan kemampuan teknis dan manajerial suatu kelompok atau organisasi apabila terdapat masalah dapat segera dipecahkan.
- 6) Terpenuhinya kebutuhan hidup dan meningkatkan kesejahteraan hidup serta dapat menjamin kelestarian daya dukung dalam pembangunan.

d. Adapun Prinsip-Prinsip dasar dalam Penyuluhan Pemberdayaan Masyarakat:

- 1) Prinsip yang paling dasar dalam pemberdayaan masyarakat adalah “dari, oleh, dan untuk masyarakat”.
- 2) Penyuluhan sebagai fasilitator masyarakat sebagai pelaku. Disini masyarakat sebagai pelaku utama dan sebagai narasumber yang mendominasi suatu kegiatan.
- 3) Saling belajar, saling berbagi pengalaman. Salah satu prinsip dasar yaitu masyarakat tidak selamanya benar dalam pengalamannya dan pengetahuan tradisional masyarakat. Pemikiran masyarakat yang tradisional tidak lagi dapat memecahkan suatu masalah. Akan tetapi pengetahuan akan modern juga tidak terbukti dapat memecahkan masalah.

Yang terpenting adalah pengetahuan dan pengetahuan penyuluhan atau inovasi harus saling melengkapi dan sama bernilainya (Karsidi, 2001).

e. Tahap-Tahap Pemberdayaan Masyarakat

Berikut tahap-tahap menurut Ambar Teguh (2004):

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku, dimana mereka diharuskan sadar dan peduli sehingga membutuhkan kemampuan diri.
2. Tahap transformasi kemampuan yang berisikan wawasan dan keterampilan agar memiliki peran di dalam pembangunan tersebut.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan keterampilan supaya terwujudnya pikiran dan kemampuan kreatifitas untuk menuju kemandirian yang diinginkan.

7. Definisi Konseptual

Menurut Singarimbun dan Efendi (2008: 43), definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Berdasarkan pengertian tersebut maka definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efektif yang artinya ada efeknya atau memiliki pengaruh, akibat dan kesan. Seperti halnya kata manjur, mujara, dan mempan. Jadi efektivitas merupakan suatu bagian yang sudah direncanakan dan memiliki sasaran atau target dalam suatu organisasi maupun kelompok guna memajukan kesejahteraan organisasi atau kelompok tersebut. Efektivitas harus berkaitan dengan masalah, sasaran

maupun tujuan. Efektivitas juga menggambarkan seluruh siklus input proses output yang mengacu pada hasil guna suatu organisasi, program atau kegiatan yang menyatakan sejauh mana tujuan (kualitas, kuantitas, waktu) yang telah dicapai.

2. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan Masyarakat merupakan proses untuk merubah kehidupan seseorang atau kelompok yang lemah (miskin) menuju kehidupan yang lebih sejahtera dengan kehidupan yang mandiri dan membentuk masa depannya sendiri. Program pemberdayaan masyarakat ditentukan oleh masyarakat yang dimana lembaga pendukung hanya memiliki peran sebagai fasilitator. Hal ini mengurangi ketergantungan dalam menggunakan sumber daya eksternal atau yang tidak berkelanjutan. Tujuan yang ingin dicapai dalam pemberdayaan masyarakat adalah untuk menciptakan individu atau masyarakat menjadi pribadi yang lebih mandiri. Kemandirian yang dimaksud meliputi kemandirian dalam berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang ingin mereka lakukan.

8. Definisi Operasional

Menurut Singarimbun dan Efendi (2002: 46), definisi operasional atau mengoperasionalisasi variabel adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, dengan membaca definisi operasional dalam penelitian maka diketahui baik buruknya variabel tersebut. Dalam penelitian ini adapun batasan operasional menurut (Soeharto, 2011: 28).

Tabel 1. 5

Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Alat Ukur
-----------------	------------------	------------------

Keberhasilan Program (berkaitan dengan sistem monitoring)	1. Tahap Perencanaan	a. Apakah perencanaan Tomira dapat mewujudkan pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi?
	2. Stakeholder yang berperan	a. Siapa saja Stakeholder yang terlibat dalam program Tomira?
	3. Rekomendasi Kebijakan	a. Apakah program Tomira mendapatkan dukungan dari masyarakat?
	4. Sistem monitoring	a. Apakah dari hasil monitoring Tomira dapat dijadikan sebagai program berkelanjutan?
Keberhasilan Sasaran	1. Ditujukan untuk masyarakat Kulon Progo	a. Apakah Program Tomira dapat mengurangi angka kemiskinan di Kabupaten Kulon Progo?
	2. Ditujukan untuk kelompok UMKM	a. Apakah standar kuantitas dan kualitas yang tinggi berdampak positif bagi UMKM?
Kepuasan Terhadap Program	1. Kemudahan akses	a. Bagaimana prosedur perizinan Tomira?
		b. Bagaimana Keterlibatan masyarakat di dalam program Tomira?
2. Fasilitas	a. Bentuk pelatihan apa saja yang diberikan oleh Dinas Perdagangan untuk Kelompok UMKM?	
	b. Apa saja fasilitas yang diberikan oleh pemerintah dalam program Tomira (dalam hal Fisik)?	

Tingkat Input dan Output	1. Jumlah dana yang dibutuhkan	a. Berapa anggaran yang dibutuhkan dalam pengembangan Tomira Tahun 2014-2018?
	2. SDM	a. Bagaimana prosedur recruitment SDM dalam program Tomira?
Output	1. Perencanaan	a. Apakah hasil program Tomira sudah sesuai dengan perencanaan?
	2. Hasil akhir	a. Bagaimana pencapaian program Tomira?
Pencapaian Tujuan Menyeluruh	1. Tingkat capaian	a. Bagaimana hasil evaluasi dari program Tomira?

9. Metode Penelitian

a. Jenis Penelitian

Dalam kegiatan penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik kualitatif diskriptif, dimana sumber data yang dipilih dan disesuaikan dengan tujuan penelitian. Menurut Bodgar dan Taylor dalam Adiyatma, 2017 penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan bukti penelitian atau data dalam bentuk diskriptif atau narasi dari orang-orang yang diamati. Menurut Firman dalam (Awal, 1998) Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan tentang kejadian dalam pembelajaran dengan ukuran-ukuran statistik seperti frekuensi, presentase, rata-rata, serta gambaran dari data seperti grafik. Tujuan penelitian dengan metode ini adalah menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik dari suatu objek dan subjek yang ingin di teliti. Dalam hal ini peneliti berusaha menggambarkan bagaimana efektivitas TOMIRA dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat Kulon Progo.

b. Lokasi Penelitian

Dalam mendapatkan dan menggabungkan informasi penelitian dibutuhkan data yang diperoleh dari objek yang bersangkutan dengan judul penelitian, maka penulis mengambil objek lokasi penelitian di Koperasi dan Dinas UMKM Kabupaten Kulon Progo. Adapun alasan mengapa mengambil Kabupaten Kulon Progo ini adalah karena dalam mewujudkan masyarakat yang mandiri Pemerintah Kulon Progo membuat kebijakan dengan mendirikan Tomira. Hasil dari Tomira ini dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga menuntaskan kemiskinan. Produk yang di jual di Tomira ini adalah hasil olahan langsung dari UMKM Kulon Progo yang bekerja sama dengan Koperasi setempat. Diharapkan dengan diambilnya lokasi tersebut dapat mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran dari penelitian.

c. Unit Analisa

Unit analisa merupakan penegasan suatu kesatuan yang nantinya akan menjadi subjek penelitian. Sesuai dengan permasalahan yang ada maka penulis akan menyusun unit analisa dengan pihak yang terkait dan relevan sesuai dengan pembahasannya yang nantinya akan dijadikan sebagai sumber dalam karya tulis ini. Dalam unit analisa ini bertempat di Kulon Progo. Disini Peneliti akan mewawancarai beberapa aparatur dinas, Kelompok UKM, dan beberapa masyarakat untuk dijadikan narasumber terkait dalam pokok pembahasan masalah ini yang memang bertanggungjawab dan berkompeten dalam bidangnya.

Tabel 1. 6

Unit Analisa

No	Instansi	Narasumber	Jumlah
1	Dinas Koperasi dan UMKM Kulon Progo	Kepala bidang	1
2	Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kulon Progo	Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian	1
3	Kelompok-kelompok UMKM	Ketua UMKM	4
4	Koperasi	Ketua Koperasi	2
5	Masyarakat	Tokoh Masyarakat dan Masyarakat Desa	4

Dalam menentukan dan memilih informan peneliti menggunakan teknik *purposive* yang berarti digunakan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan begitu pula dengan pemilihan subjek yang telah ditentukan dengan berdasarkan sifat yang berkaitan dengan kelompok. Dalam pemilihan informan dilakukan dengan teliti sesuai yang dibutuhkan peneliti. Dengan kata lain apabila peneliti tidak membutuhkan suatu informasi lagi maka peneliti tidak perlu melanjutkan wawancara. Artinya jumlah sample atau informan bisa sangat sedikit atau sangat banyak tergantung pada: *pertama* memilih informannya itu sendiri. *Kedua* kompleksitas/keragaman fenomena yang di kaji. Menurut Sugiyono dalam Arif tidak menggunakan istilah populasi dalam penelitian kualitatif, tetapi menggunakan 3 komponen yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan

aktivitas (*activity*). Dari segi tempat Kulon Progo berbeda dengan daerah lain karena Kabupaten Kulon Progo memiliki otonomi Daerah sendiri. Dari segi pelaku kesadaran dan ketrampilan juga berbeda termasuk dalam pengambilan kebijakan. Untuk segi aktivitas pelaku UMKM terutama yang bergelut dengan industri rumah tangga yang berkaitan dengan pengolahan produk makanan tidak lepas dari sumber daya alam dan kearifan lokal yang sudah menjadi keseharian (Arif & Harto, 2017).

Penelitian ini memfokuskan pada beberapa informan yang terdiri dari Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Kelompok-Kelompok UKM dan Koperasi, Masyarakat.

1) Dinas Koperasi dan UMKM Kulon Progo

Peneliti mengambil informan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Kulon Progo karena sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya Dinas ini yang berwenang dalam pembinaan dan penataan terkait dengan Koperasi dan UMKM sesuai dengan sasaran TOMIRA. Kebijakan *Take Over* tidak sesuai peraturan dan Pemda sebagai regulator dan penentu kebijakan memiliki makna sosial. Dengan adanya Tomira ini tidak hanya menunjang kegiatan ekonomi akan tetapi masyarakatnya juga lebih mandiri. Kegiatan ini lalu menggandeng Koperasi yang nantinya akan menjadi pemilik Tomira sekaligus pengelolanya. Tomira merupakan bentuk usaha lokal dan kemitraan yang bertujuan untuk kesejahteraan anggota, pelaku UMKM, serta masyarakat Kulon Progo.

2) Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kulon Progo

Peneliti mengambil informan Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kulon progo karena sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya. Dinas ini berwenang dalam pemberian pelatihan terhadap UMKM terkait dengan harga intelektual, penataan barang dagangan, dan motivasi usaha.

3) Kelompok UKM olahan pangan

Untuk mengetahui berbagai produk olahan yang masuk dalam Tomira peneliti melakukan penelitian di beberapa UKM yang tergabung. Tidak semua UMKM yang diambil oleh peneliti hanya beberapa untuk mengetahui apakah produk tersebut terampil dalam isi, kemasan, keunikan, kerapian, dan pemasaran hingga masuk dalam Tomira. Contoh produk UMKM yang diteliti oleh peneliti adalah Kecap Bu Sastro, Coklat Makaryo, Stik Growol.

4) Koperasi yang bekerjasama dengan TOMIRA

Peneliti mengambil informan Koperasi yang bekerjasama dengan TOMIRA yang ada di Kulon Progo. Tugas Koperasi disini yaitu sebagai penanggung jawab atas berjalannya Tomira dan produk-produk UMKM yang ingin memasarkan dagangannya di gerai Tomira. Koperasi inilah yang menggandeng UMKM agar menitipkan produk olahan masyarakat untuk di pasarkan di Tomira, akan tetapi produk yang masuk dalam Tomira belum mencapai 20%.

5) Masyarakat

Peneliti mengambil informan masyarakat yang berasal dari Desa Bendungan. Dari masyarakatnya sendiri merasa terbantu dengan adanya Tomira ini karena mereka yang awalnya pengangguran/ ibu rumah tangga sekarang sudah

memiliki pekerjaan yaitu bergabung dengan produk olahan rumah dan bisa mendapatkan penghasilan tiap harinya.

d. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari lapangan atau dari responden berupa keterangan atau fakta-fakta yang terjadi di lapangan. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dari Koperasi yang terkait dan Dinas UMKM Kulon Progo.

Tabel 1. 7
Data Primer

Nama Data	Sumber Data	Teknik Pengumpulan Data
Tingkat Keberhasilan Program “Tomira” dalam Mewujudkan Pemberdayaan Masyarakat Kulon Progo Tahun 2018	Kepala Bidang Dinas Koperasi dan UMKM Kulon Progo	Wawancara
	Kepala Dinas Perdagangan dan Perindustrian	
Tingkat Keberhasilan Sasaran dalam mewujudkan pemberdayaan masyarakat Kulon Progo Tahun 2018	Tokoh Masyarakat dan Masyarakat Kulon Porooogo	Wawancara
	Kelompok-kelompok UMKM	
Bagaimana Kepuasan Terhadap Program Tomira yang dilakukan oleh Pemerintah Kulon Progo	Tokoh Masyarakat dan Masyarakat Kulon Porooogo	Wawancara
	Kelompok-kelompok UMKM	

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai sumber baik berupa artikel, jurnal, media massa, peraturan gubernur atau kabupaten maupun laporan yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

Tabel 1. 8
Data Sekunder

Nama Data	Teknik Pengumpulan Data
Kondisi Wilayah/ Demografi	Dokumentasi
Sejarah Mengenai Kabupaten Kulon Progo	Dokumentasi
Profil Dinas UMKM dan Koperasi Kulon Progo	Dokumentasi
Tugas Pokok dan Fungsi Dinas UMKM dan Koperasi Kulon Progo	Dokumentasi
Profil Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kulon Progo	Dokumentasi
Tugas Pokok dan Fungsi Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kulon Progo	Dokumentasi
Tokoh masyarakat dan Masyarakat Kulon Progo	Dokumentasi
Kelompok UMKM Kulon Progo	Dokumentasi

e. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

wawancara atau interview adalah teknik pengumpulan data dengan melakukan proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan narasumber atau informan yang banyak mengetahui informasi mengenai objek yang diteliti. Wawancara dilakukan dengan anggota Koperasi dan Dinas UMKM Kulon Progo”.

2) Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan yang bersumber dari data arsip atau dokumen terkait dengan objek yang diteliti dan karya ilmiah atau jurnal yang relevan atau terkaitan dengan penelitian ini.

Tabel 1. 9

Sumber Data

No	Sumber Data
1.	Laporan Kinerja “Dinas UMKM Kabupaten Kulon Progo Tahun 2018”
2.	Rencana Strategis Tahun 2017-2022 “Dinas UMKM Kabupaten Kulon Progo”
3.	Rencana Kerja “Dinas UMKM Kabupaten Kulon Progo”
4.	Laporan Kinerja “Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kulon Progo”

f. Teknik Analisis Data

Model analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dibantu dengan pengolahan datanya menggunakan Nvivo. Nvivo adalah salah satu contoh QDAS (*Qualitative Data Analysis Software*). Pengembangan Nvivo terus dilakukan dengan umpan balik penelitian luas dengan keragaman metode mereka bekerja dengan data efisiensi yang diberikan oleh perangkat lunak dengan mempersingkat waktu dalam mengolah data dan memungkinkan peningkatan pada cara-cara memeriksa makna dari apa yang tercatat. Fungsi dari komputer untuk pencatatan, pemilihan, keterkaitan, pencocokan dapat

dimanfaatkan oleh peneliti untuk membantu menemukan jawaban tanpa kehilangan akses ke sumber data (Maya, Siska, 2018).